

Tooth Color in Japan: A Cultural Study

AACD (米国審美歯科学会) 論文要約

深川雅彦

日本において、かつて黒い歯は人々の階級や婚姻の有無を意味した。現在では、白い歯が美や若さの象徴として好まれている。このような色の好みの変化には、人々の歯の色への美意識が投影されている。歯科では「歯は文化である」という表現が良く用いられる。歯の色が「文化的である」のは我々がそれを意味を持つ対象として構成したからであり、さらに歯の色を特定の人々、生活様式や社会慣習に結び付けたからである。本論文では、歯の色が文化に基づく思想や慣習を反映すると考え、文化的形式としての歯の色の意味とその表象の文化的特性について明らかにする。

日本では有史以来からお歯黒の風習が続いてきた。平安時代では、お歯黒は一生の内に二君を持たないと言う「忠臣二君に仕えず」の忠誠の証の意味から武將に好まれた。当時、武士の間では黒はその視覚的重量感から「強健」「威厳」の表象として用いられていた。江戸時代では、結婚しているという「有夫の表徴」として、また、貞操を表現するために既婚女性がお歯黒を行った。明治時代になって外国の文化が流入して西洋化が進み、昭憲皇后がお歯黒をそぎ落とし国民に範を示されると、自然の色の歯を誇りとする新風俗が若い女性の間で生まれ、お歯黒は旧式であり天然歯が美しいという言葉説が人々の間に広がって、お歯黒の慣習は終焉した。歯科技術の進歩により歯をより白くするホワイトニングが可能になると、欧米でホワイトニングの流行が始まり、現代では日本でも歯の色をより白くしたいと願う消費者が増えてきた。このように、歯の表象するものはその社会背景と関係がある。

本来、ホワイトニングは変色歯の治療であった。しかし、最近の消費者は天然歯よりさらに白い色を希望するようになってきた。これは「変色歯を白くする」という本来の意図とは異なり、消費者が歯の色を本来よりも「より」白くすることに新しい意味を見出したことを示している。それでは消費者にとって、「歯の白さ」は何を意味し表象しているのだろうか？意味と表象を理解するため人間の文化的な実践を「記号」という概念を用いて捉える記号論から分析する。単語、色、歯、表情、身ぶり、これらはすべて記号である。記号は記号表現と記号内容から成り立っている。各個人の経験や知識に基づき、「白い歯」という記号表現が「彼/彼女は美しい」や「彼/彼女は若い」という記号内容に翻訳される。「白い歯」に好ましい翻訳がなされると、消費者は「彼/彼女を真似たい」と考え、ホワイトニングを求め歯科医を訪れる。変色歯のない消費者がホワイトニングの目的で来院する行為は、「白い歯」を「美しい」と考えた結果の行動なのである。

ホワイトニングの広告は、こうした意味作用のプロセスを明解に示してくれる。例えば、若い男女のモデルが微笑んでいる広告がある。モデルと「白い歯」は物質的対象であり記号表現である。広告を見たときに「彼/彼女は美しい」と消費者は考える。この翻訳結果は記号内容である。モデルは「純粋、健康美や若さ」といった「イメージ」を持っている。消費者はホワイトニングにより「白い歯」そのものを買うのではなく「白い歯」がもたらすイメージを買っているのである。広告から消費者は「純粋、健康美や若さ」のイメージを有するモデルと共通のアイデンティティを持ちたいと考える。ホワイトニングの広告は歯の色に意味を持たせ表象することでアイデンティティを構築する。

消費者がホワイトニングを希望するのは白い歯の所有を通して新しいアイデンティティを手に入れたいからである。ここで言うアイデンティティとは、我々が何であるかといった固定的な存在証明を指すのではなく、ある形式の身体を所有することで新しい主体が形成され、新しいイメージが生成されることを意味する。この意味でのアイデンティティは他者との差異の関係で理解されるので、人は「自分と共通のアイデンティティを持つ他者」と「それを持たない主体」という枠組みのなかで物事を考えるようになる。つまり、他者が「白い歯」を所有する場合、それを持たない主体は他者とアイデンティティを共有することができない。しかし、ホワイトニングを通じて「白い歯」を所有し、美のイメージを持つ他者と同じアイデンティティを有することが可能となる。白い歯は自己のアイデンティティを確立する装置である。

歯科医療サービスを購入し、それによって白く美しく輝く歯を手に入れ、その結果新しいイメージを有する自分になることなので、ホワイトニング等の歯科医療サービスの消費は文化的活動とみなされる。消費文化においては、欲望を満たすため身体も消費の対象となり医療サービスでもたらされる「歯の白さ」は売買可能な商品となる。お歯黒やホワイトニングという文化的活動を通して歯の色に特別な意味が生成され歯が表象されてきたので、歯の色は文化的形式となる。歯の色は言説によって社会的に構成され、歯の色の意味が特定の集団や生活様式と結び付き、意味の交換がなされることから歯の色は文化となる。